

TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario-Diplomado.

LIDERAR DESDE LO HUMANO: EL PODER DEL LIDERAZGO HUMANISTA

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de ciencias empresariales

Administración de Empresas

Yuliana García Ramírez

Luz Elena Valencia Duque

Mateo López Betancourt

Seminario Liderazgo de Equipos e inteligencia Emocional

Dedicatoria y agradecimientos

Agradecemos primero a Dios por darnos la oportunidad de estar en este lugar aprendiendo este maravilloso y valioso tema, con Él todo es posible y al docente por brindarnos los lineamientos conceptuales y metodológicos necesarios para desarrollar este informe final de seminario de grado; su orientación permitió estructurar un análisis profundo y fundamentado sobre el liderazgo humanista y su impacto en las organizaciones contemporáneas. A nuestros compañeros por ser parte de este proceso educativo y experimental que nos lleva al crecimiento profesional y personal, a nuestras familias por ser las empresas personales de quien recibimos todo el apoyo necesario y permitir que nuestros hogares sea el proyecto más importante de liderazgo y a todos aquellos jefes que nos impulsaron a crecer demostrándonos que un buen liderazgo puede hacer crecer a las personas con compromiso y motivación. Este agradecimiento también es para nosotras mismas, por el haber logrado llegar hasta este punto donde estamos: el final de nuestra carrera profesional, por la constancia, por la disciplina y por el esfuerzo que se hizo en cada etapa de este lindo proceso. Infinitas gracias.

Yuliana García y Elena Valencia

Tabla de Contenidos

Resumen.....	4
Palabra clave	5
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	6
Metodología de búsqueda de la información	7
Sustentación teórica de la pregunta	9
Conclusiones	19
Referencias	20

Resumen

El trabajo explora investigaciones para resolver nuestra pregunta y nos muestra que técnicas de liderazgo humanista que son útiles y viables para empresas en Colombia. Parte de una revisión teórica, casos reales y comparación entre autores clásicos del tema, como Matsushita, Drucker, Maslow, Rogers, Covey o Sinek. Se relata cómo Panasonic y Colombina sirven de ejemplo práctico: ambos priorizaron a las personas, la escucha, la mejora continua y la sostenibilidad, logrando así crecimiento y buena reputación.

Se proponen varias técnicas concretas: escucha activa en reuniones regulares, definición participativa de propósito y valores, reconocimiento frecuente del talento, talleres breves sobre manejo emocional, espacios de diálogo para resolver conflictos y métricas centradas en personas; como satisfacción laboral o rotación. Todo esto apunta a relaciones laborales más sanas, mayor confianza y mejores resultados. (Domènech, 2023)

Además, se explica el legado de Matsushita, fundador de Panasonic, y su énfasis en humildad, diálogo con todos los niveles y mejora continua, enfatizando que el bienestar de los empleados es clave para el éxito. Se describe también la evolución de Colombina hacia una cultura que equilibra lo humano, lo económico, lo social y lo ambiental, destacando certificaciones y prácticas de igualdad y sostenibilidad. (Ramirez, 2024)

Finalmente, se plantea una ruta gradual para adoptar el liderazgo humanista: diagnóstico rápido, talleres participativos para definir el propósito, pilotos de bajo costo como encuentros de escucha y reconocimientos entre colegas, formación modular en inteligencia emocional y nuevas métricas humanas. Se reconoce que hay

barreras como recursos limitados o resistencia al cambio, pero se señala que comenzar con acciones pequeñas y claras puede generar ventajas competitivas reales. El enfoque se alinea con definiciones actuales de liderazgo humanista que ponen a las personas por encima de solo beneficios y promueven cultura de apoyo, ética y transparencia.

Palabras clave

1. Liderazgo humanista
2. Escucha activa
3. Bienestar laboral
4. Desarrollo del talento
5. Sostenibilidad organizacional
6. Propósito compartido
7. Inteligencia emocional
8. Comunicación transparente
9. Cultura organizacional
10. Innovación
11. Responsabilidad social
12. Mejora continua

Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Qué técnicas de liderazgo humanista se podrían utilizar en las empresas de Colombia?

Metodología de búsqueda de la información

Para este trabajo final del seminario, en el cual se escogió como tema central el liderazgo humanista, se hizo un proceso de búsqueda y recolección de información que permitió reunir conceptos, ejemplos reales y fundamentos teóricos confiables; para dar respuesta a la pregunta orientadora. Se realizó una investigación cualitativa, descriptiva y documental, basada en la revisión de textos y artículos sobre liderazgo humanista para analizar y explicar las técnicas que pueden aplicarse en las empresas colombianas.

Lo primero que se hizo fue hacer una revisión general del tema en diferentes buscadores académicos, principalmente en Google Académico, donde se buscó artículos relacionados con el liderazgo humanista, su evolución y su aplicación en el contexto empresarial; en base a esto se identificaron a los autores más mencionados y a los que han sido considerados bases teóricas importantes dentro de este tipo de liderazgo. Algunos de estos autores fueron: como Konosuke Matsushita, Peter Drucker, Abraham Maslow, Carl Rogers, Stephen Covey y Simon Sinek.

Después de identificar los fundamentos teóricos, se realizó una búsqueda que mostrara más la aplicación de este liderazgo en casos reales de empresas, donde se aplicaran estas prácticas para su funcionamiento. Se buscó información en artículos empresariales y reportes institucionales, donde se identificaron dos ejemplos principales de este modelo de liderazgo: Panasonic y Colombina. Panasonic que es históricamente reconocida por el liderazgo de Matsushita y su enfoque humanista, y Colombina S.A que es una empresa colombiana que ha incorporado modelos de gestión responsable, sostenibilidad y bienestar laboral en su modelo de negocio.

Luego de tener toda la información, se clasificó los contenidos en temas como: propósito compartido, escucha activa, reconocimiento del talento, inteligencia emocional,

bienestar laboral, sostenibilidad y desarrollo local. Esto ayudó a realizar el comparativo de lo que decían los autores con lo que realmente se aplicaba a las empresas en sus modelos de gestión. Así se logró identificar cuáles técnicas del liderazgo humanista eran más accesibles y viables para las empresas colombianas.

Además se realizó una lectura detallada de cada artículo para sacar las ideas principales, los conceptos importantes y las prácticas que coincidían entre diferentes fuentes y se comparó las posturas de varios autores para evitar ideas aisladas o superficiales. Esto aseguró que las conclusiones del trabajo estuvieran basadas en información argumentada y sólida.

Como parte final se hizo el análisis de cómo todo lo encontrado respondía a la pregunta central del trabajo: ¿Qué técnicas de liderazgo humanista se podrían utilizar en las empresas de Colombia y se procedió a hacer la respuesta de esta pregunta. La comparación entre los fundamentos teóricos y los ejemplos prácticos facilitó darle sentido y estructura a la respuesta presentada en el documento.

En el proceso de metodología que se utilizó fue: revisión teórica, análisis de casos reales, selección de información, organización de información y comparación entre autores. Todo esto permitió dar una respuesta clara a la pregunta, basada en información certera y utilizada en casos reales.

Sustentación teórica de la pregunta

Para las empresas en Colombia pueden incorporarse técnicas de liderazgo humanista que resultan prácticas y accesibles para cualquier tipo de organización. Una de ellas consiste en promover la escucha activa mediante reuniones cortas y periódicas donde los colaboradores expresan ideas, necesidades y dificultades; esta práctica mejora la comunicación y permite que el equipo se sienta tomado en cuenta.

Otra técnica útil es la definición participativa del propósito de la empresa. El líder puede organizar espacios sencillos, como mesas de trabajo o diálogos grupales, para que el equipo contribuya a construir la visión y los valores que guían las decisiones diarias. Esto fortalece el sentido de pertenencia como también puede jugar un papel significativo el reconocimiento constante de los líderes a sus colaboradores; acciones simples como destacar un logro en una reunión, enviar un mensaje de agradecimiento o resaltar una buena práctica motivan al equipo y fortalecen la confianza.

Dentro de los estudios realizados y artículos de valor que hablan acerca del liderazgo humanista nos recalca que también se requiere acompañar el desarrollo emocional del personal. Para ello, la empresa puede implementar talleres breves sobre manejo de emociones, comunicación asertiva o resolución de conflictos; estas actividades ayudan a mejorar el ambiente laboral y reducen tensiones internas. Así mismo, poder crear espacios de diálogo para resolver desacuerdos de manera respetuosa y realizar actividades que puedan evitar conflictos prolongados ya que estos círculos de conversación permiten llegar a acuerdos más rápidos y equilibrados entre los colaboradores de las empresas. (Domènech, 2023)

Finalmente, la empresa puede complementar su gestión incluyendo indicadores centrados en las personas, como satisfacción laboral, rotación del personal o calidad del clima

organizacional. Estos datos permiten tomar decisiones más completas y evaluar el impacto de las acciones humanistas en el desempeño general de la empresa.

En conjunto, estas técnicas permiten que las empresas colombianas construyan relaciones laborales más sanas, fortalezcan la confianza y mejoren sus resultados con un enfoque centrado en las personas.

Comprender el liderazgo humanista dentro del contexto organizacional exige observar no solo los principios que lo sustentan, sino también su impacto en las prácticas empresariales reales. En este sentido, la pregunta sobre qué técnicas de liderazgo humanista se podrían utilizar en las empresas de Colombia, requiere un análisis profundo de los factores históricos, culturales y estratégicos que han definido la gestión de las empresas a lo largo de varias décadas.

¿Quién o quiénes son considerados los padres del liderazgo humanista?

En muchos artículos encontramos que el padre del liderazgo humanista a nivel empresarial es considerado Konosuke Matsushita Fundador de Panasonic. Su modelo integra humildad, servicio, desarrollo humano y filosofía social oriental.

Otros autores frecuentemente asociados como referentes o bases teóricas del liderazgo humanista (aunque no son “padres” en el sentido estricto del término, sí son pilares conceptuales):

- **Peter Drucker** – precursor de la gestión centrada en las personas.
- **Abraham Maslow** – psicología humanista y teoría de la autorrealización.
- **Carl Rogers** – enfoque humanista basado en empatía y autenticidad.

- **Stephen Covey** – liderazgo basado en principios y relaciones de confianza.
- **Simon Sinek** – liderazgo con propósito (círculo dorado).

El artículo sobre Konosuke Matsushita cuenta la historia de un hombre que no solo creó Panasonic, sino que dejó una forma distinta de entender el liderazgo. Un aspecto relevante de su enfoque fue que no concebía la empresa únicamente como un negocio, sino como una forma de servir a la sociedad. Creía que una compañía solo tiene sentido si ayuda a mejorar la vida de las personas, y esa idea marcó toda su forma de dirigir. Decía que la misión de cualquier organización debía ser contribuir al bienestar colectivo, y por eso insistía en que la empresa existe para la sociedad y no al revés. (Ramirez, 2024)

Algo que resalta mucho el artículo es la humildad de Matsushita. A pesar de ser un líder visionario, un empresario gigante y uno de los hombres más influyentes de Japón, siempre mantuvo una actitud muy sencilla. Él mismo aseguraba que el mayor enemigo del líder era la arrogancia, y que lo que realmente ayudaba a crecer era reconocer la propia ignorancia; por eso escuchaba a todo el mundo y nunca actuaba como alguien que lo sabía todo. Esa actitud lo hacía cercano y lo ayudaba a tomar decisiones más acertadas.

Otra parte importante del artículo es que Matsushita tenía una costumbre especial: reunirse con trabajadores de todos los niveles. Para él era clave entender lo que pasaba en la empresa desde la mirada de quienes estaban en el día a día, no buscaba reuniones formales para aparentar, sino espacios donde la gente pudiera hablar sin miedo, compartir ideas y expresar lo que pensaba. Creía que ese tipo de diálogo hacía que se tomaran decisiones más inteligentes, porque se basaban en información real, no en suposiciones.

También nos menciona que Matsushita aplicaba la filosofía del “kaizen”, que es la mejora continua, él afirmaba que las personas debían aprender todos los días y mejorar un poco en cada cosa que hacían. No esperaba cambios gigantes, sino pequeñas mejoras

constantes que, sumadas, volvieron a la empresa más fuerte e innovadora. Lo más interesante es que él veía el desarrollo humano como algo más importante que el desarrollo de productos, decía que, si sus empleados crecían como personas, la empresa iba a crecer inevitablemente.

Además de esto, él le daba mucho valor a la satisfacción en el trabajo. Pensaba que un trabajador feliz tenía mejores ideas, más compromiso y más amor por lo que hacía, por eso trataba bien a sus empleados, cuidaba sus sueldos y evitaba despedir a la gente incluso en tiempos difíciles. Para él, el trabajo debía ser un espacio donde uno pudiera desarrollarse, sentirse útil y estar tranquilo; creía firmemente que el bienestar laboral no solo era justo, sino estratégicamente inteligente.

Con esto concluimos que el legado de Matsushita, según el artículo, es demostrar que sí es posible liderar con humanidad sin dejar de ser exitoso. Él probó que la humildad no es debilidad, que escuchar a los demás no hace perder autoridad y que una empresa que se preocupa por las personas puede crecer todavía más. Su estilo de liderazgo sigue siendo estudiado porque combina valores tradicionales, visión moderna y una gran sensibilidad por el ser humano.

Panasonic se convirtió en lo que es hoy gracias a esa filosofía, y su nombre quedó como el padre del liderazgo humanista por su forma de ver el mundo y dirigir una organización. (Ramirez, 2024)

Otro ejemplo práctico es la empresa Colombina que conecta los fundamentos teóricos del liderazgo humanista con ejemplos prácticos, para entender mejor cómo estas técnicas han impulsado su éxito y cómo pueden ser un modelo aplicable para las demás empresas.

El caso de Colombina: Un Viaje de Más de 90 Años

Colombina S.A. constituye uno de los ejemplos más representativos de evolución empresarial en el país, su origen marcó el inicio de una organización que, con el tiempo, transformó completamente su estructura, su alcance y su propósito. La empresa que comenzó como un emprendimiento local y sencillo se transformó con el tiempo en un grupo empresarial robusto, con presencia en muchos mercados internacionales; este proceso no solo implicó un crecimiento comercial, sino también una revisión profunda de su gestión, de su cultura interna y de su relación con el entorno social y ambiental.

Colombina S.A. es una de esas empresas que uno asocia inmediatamente con el sector de alimentos en Colombia y, de hecho, en toda América Latina. Su historia es larga, superando ya las nueve décadas, lo cual demuestra una capacidad increíble para crecer, adaptarse y expandirse.

Todo empezó en 1927. Un hombre visionario, Hernando Caicedo, puso en marcha una pequeña operación dedicada a hacer dulces en el Valle del Cauca.

A medida que se consolidaban, no se quedaron solo con los dulces: fueron sumando productos: galletas, conservas, salsas, helados y panadería. Esta diversificación no fue casualidad; implicó invertir en tecnología de punta, ampliar sus plantas de producción y construir marcas que todos reconocemos hoy, también se enfocaron en volverse globales y en manejar eficientemente esta operación tan variada.

La cultura corporativa de la empresa se construyó sobre pilares que priorizan las relaciones humanas y la sostenibilidad: el respeto hacia las personas, la importancia del trabajo en equipo, la orientación constante al cliente, la creatividad y la innovación en todos los niveles; así como un compromiso serio con la sostenibilidad ambiental, constituyen la

base de su funcionamiento. Estos principios no son meras declaraciones institucionales, sino elementos incorporados en sus procesos de toma de decisiones, en sus programas de desarrollo del talento y en sus iniciativas de responsabilidad social. Por ello, Colombina se convirtió en un referente en la implementación de modelos de gestión que integran armónicamente lo económico, lo social y lo ambiental, configurando un sistema empresarial completo.

Colombina no solo experimentó un crecimiento en tamaño, sino que logró estructurar un sistema que equilibra las dimensiones humana, económica, social y ambiental. Entender este contexto nos ayuda a ver por qué certificaciones como el **Sello Oro Equipares** tienen tanto sentido dentro de su visión y su estilo de liderazgo.

Para la empresa Colombina alcanzar el nivel Sello Oro Equipares no es cualquier cosa; significa que la empresa cumple con:

- ✓ Reducir las brechas de género con acciones concretas y estructurales.
- ✓ Garantizar igualdad en salarios y oportunidades para todos.
- ✓ Tener medidas claras de protección contra cualquier tipo de violencia o acoso.
- ✓ Usar un lenguaje inclusivo que respete a todos.
- ✓ Fomentar ambientes de trabajo seguros y sanos.
- ✓ Asegurar que las mujeres participen en todas las áreas, incluso en aquellas donde históricamente han tenido poca presencia.

Este programa es un espaldarazo a la gestión moderna del talento humano y ayuda a cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente con el ODS 5, enfocado en la igualdad de género. Para una empresa grande como Colombina, sumarse a esto es una movida inteligente para consolidar su gestión de

personal y responder a lo que el mundo actual exige en términos de responsabilidad social.

La decisión de Colombina de obtener esta certificación tiene mucho que ver con quiénes son, sus raíces, sus valores y hacia dónde quieren ir. (Occidente, 2024)

El liderazgo humanista como nueva escuela

Dentro de la nueva metodología de liderazgo encontramos la propuesta de un enfoque de gestión donde la persona está realmente en el centro. No es solo teoría: este modelo integra elementos cruciales como un propósito claro, la escucha genuina, la humildad directiva, la inteligencia emocional y un compromiso real con la sostenibilidad. Todos estos pilares orientan las decisiones y las rutinas diarias de las empresas. En el panorama empresarial actual, donde la tecnología avanza a pasos agigantados y la sostenibilidad define la competitividad, este tipo de liderazgo es fundamental: fortalece el ambiente de trabajo, mejora la imagen corporativa y potencia la capacidad de innovar. (Nathanson, 2021)

Dentro de los artículos estudiados pudimos identificar varios componentes clave que definen el liderazgo humanista, algunos son importantes dentro de los cuales realizamos una breve explicación de cada una de ellas:

Propósito y visión compartida: El liderazgo se nutre de un "para qué" claro. Es esa brújula la que guía cada decisión y alinea a toda la organización hacia metas comunes.

Escucha activa y comunicación transparente: Se trata de validar lo que el equipo humano percibe y siente. Promover un diálogo constante es de suma importancia para el aprendizaje mutuo y para mantener al equipo unido.

Humildad y desarrollo del talento: Un buen líder humanista sabe reconocer sus propios límites. Facilita espacios de formación que no solo construyen competencias, sino que también fortalecen la lealtad y la retención del personal.

Inteligencia emocional y bienestar: Gestionar las emociones de forma adecuada no es un "extra"; es lo que permite resolver conflictos eficazmente y mantener una productividad saludable y constante.

Sostenibilidad y responsabilidad social: El líder conecta las operaciones diarias de la empresa con su impacto real en el entorno social y ambiental.

(Nathanson, 2021)

Estos cinco elementos dan forma al Modelo de Liderazgo Humanista, que busca un balance entre la sensibilidad humana, la estrategia de negocio y métricas que midan un desempeño integral, no solo financiero y de los cuales podemos identificar técnicas e impacto del liderazgo humanista en acción a desarrollar de la siguiente manera:

1. Definir y comunicar el propósito:

Técnica: Organizar talleres participativos para que todos, desde la gerencia hasta la base, ayuden a construir la misión y los valores.

Efecto: Se logra una coherencia estratégica natural y un compromiso mucho más fuerte.

2. Escucha activa y retroalimentación constante:

Técnica: Implementar espacios de feedback abiertos y mecanismos internos de consulta (buzones, encuestas).

Efecto: Estimula la innovación y permite detectar riesgos potenciales mucho antes de que escalen.

3. Programas de desarrollo del talento:

Técnica: Ofrecer formación técnica relevante, potenciar habilidades de liderazgo y diseñar rutas de crecimiento claras.

Efecto: Aumenta las capacidades internas y consolida la empresa como un empleador atractivo y reputado.

4. Gestión de la ecología emocional:

Técnica: Capacitaciones prácticas en habilidades emocionales y mediación de conflictos.

Efecto: Ambiente laboral más sano, menos conflictos y productividad estable.

5. Sostenibilidad y desarrollo local:

Técnica: Tejer alianzas sólidas con proveedores locales y participar activamente en iniciativas comunitarias.

Efecto: Gana legitimidad social y fortalece su reputación de marca.

El caso de las empresas modelos como Panasonic y Colombina constituyen un ejemplo claro del impacto que puede generar la integración de un enfoque humanista en la gestión empresarial. El análisis de sus trayectorias evidencia efectos determinantes en su consolidación y reconocimiento.

En efecto se relaciona con la consolidación de una cultura interna que prioriza a las personas; sus prácticas de escucha activa, los programas de formación permanente y las estrategias de bienestar han generado un ambiente laboral que estimula la innovación, promueve la participación y mantiene altos estándares de calidad. Estos factores resultan esenciales para competir en entornos dinámicos y altamente exigentes y han logrado una articulación estratégica entre sostenibilidad y marca, la comunicación de sus prácticas responsables no se ha limitado a iniciativas de difusión, sino que se ha convertido en un componente tangible que fortalece su reputación. Gracias a ello, estas empresas han obtenido

certificaciones y reconocimientos que validan su compromiso con la sostenibilidad y que la posicionan como un referente en su sector. Esta integración inteligente entre sus valores, sus prácticas y su proyección pública evidencia cómo el liderazgo humanista puede traducirse en ventajas competitivas reales. (Domènech, 2023)

Implementar la metodología del liderazgo humanista puede comenzar mediante acciones concretas y manejables iniciando con un diagnóstico rápido que se apoya en encuestas breves o entrevistas sencillas, suficientes para identificar necesidades urgentes relacionadas con bienestar, comunicación o propósito organizacional. A partir de esta información, la empresa puede avanzar hacia la construcción de un “para qué” colectivo mediante espacios participativos, como un desayuno de trabajo, que permita definir el propósito institucional y establecer tres compromisos estratégicos comprensibles para todo el equipo.

Posteriormente, la organización puede introducir prácticas piloto de bajo costo, entre ellas reuniones de escucha semanales, sistemas de reconocimiento entre colegas o la incorporación de nuevos proveedores locales. Estas acciones se complementan con procesos de formación en inteligencia emocional a través de sesiones cortas y prácticas orientadas al desarrollo de habilidades sociales y manejo de emociones.

El avance de estas iniciativas requiere una comunicación transparente y simple que permita compartir resultados mediante métricas claras, por ejemplo, la reducción de desperdicios o el aumento de la satisfacción laboral. Finalmente, la empresa fortalece su gestión incorporando nuevos indicadores que integran dimensiones humanas y productivas, como satisfacción del equipo, rotación de personal y número de proveedores locales vinculados, además de los resultados financieros tradicionales. Este conjunto de acciones permite que las empresas

colombianas adopten un enfoque humanista de manera gradual, ordenada y coherente con sus capacidades.

Sim embargo este proceso suele enfrentar barreras propias del funcionamiento de las empresas, entre ellas limitaciones de recursos, la presión operativa diaria, la resistencia al cambio y la percepción de falta de tiempo. Para superar estos obstáculos, la organización puede iniciar con pilotos económicos que no comprometan su presupuesto, establecer alianzas con entidades locales como cámaras de comercio o universidades, e implementar procesos de formación modular en cápsulas breves que no interrumpan la operación. De igual manera, resulta fundamental complementar los indicadores financieros tradicionales con los nuevos indicadores humanistas, de modo que la empresa pueda evaluar su progreso desde una perspectiva integral y mantener la coherencia entre sus decisiones, su propósito y su desarrollo interno.

El liderazgo humanista va más allá de la "gestión blanda"; promueve prácticas que fortalecen el clima laboral, la capacidad de innovar, la reputación y las relaciones con el ecosistema de la empresa. Para las empresas colombianas, adoptar este enfoque de manera gradual es una oportunidad de oro para mejorar su desempeño general, fidelizar a sus grupos de interés y generar ventajas competitivas reales, poniendo a las personas y la sostenibilidad en el centro de su estrategia.

Lo que nos enseña el artículo en la era digital la humanización es la clave: liderazgo humanista *es* que empieza contando la historia de un profesional que trabajó muchos años en comunicación y marketing, y que un día se dio cuenta de que, aunque tenía éxito y ganaba premios, se sentía vacío, su vida estaba llena de presiones, métricas, indicadores y carreras por cumplir números, pero no sentía que realmente estaba aportando algo valioso como ser humano. Esa pausa lo llevó a reflexionar, y ahí

comenzó a entender que el problema no era la profesión, sino la forma en que las empresas y los líderes estaban funcionando: todo estaba enfocado en resultados fríos y muy poco en las personas.

A partir de esa experiencia, el artículo plantea algo muy importante: estamos viviendo en un mundo súper digital, donde todo es inmediato, rápido, lleno de pantallas, algoritmos, seguidores y apariencias. Y aunque la tecnología trae beneficios, también está deshumanizando muchas relaciones; la gente está cansada, estresada, desconectada emocionalmente y ya no siente confianza en sus líderes. Por eso, el autor insiste en que la solución no es más tecnología, sino volver a poner al ser humano en el centro de todo.

Ahí es donde entra el liderazgo humanista: este artículo nos explica que este tipo de liderazgo se basa en entender a las personas, motivarlas, escucharlas, reconocer sus diferencias y valorar sus emociones. Es un liderazgo que no se enfoca solo en “qué hay que hacer”, sino también en “cómo están las personas que lo van a hacer”. La idea es crear ambientes de trabajo donde todos se sientan seguros, escuchados y respetados, un lugar donde no haya miedo a equivocarse, porque los errores se ven como oportunidades de aprender, no como castigos.

Podemos encontrar que las nuevas generaciones vienen con preguntas muy profundas: ¿Cuál es mi propósito? ¿Qué sentido tiene lo que hago? ¿Vale la pena vivir así? Y esa búsqueda hace que el liderazgo tradicional, centrado únicamente en producir, ya no funcione. La gente quiere líderes humanos, que se comuniquen de verdad, que sean transparentes, que colaboren y que reconozcan que no lo saben todo.

Luego, el artículo presenta varios elementos que son claves en este liderazgo, uno de ellos es el propósito: el autor explica que un buen líder no debe existir solo

para mandar, sino porque tiene una razón de ser, un “para qué”. El propósito inspira, conecta y guía las decisiones.; habla de que un líder sin propósito es como un barco sin rumbo.

Otro punto importante es la humildad genuina, y aquí el artículo es muy claro: la humildad no es debilidad, es sabiduría.; los líderes soberbios limitan su crecimiento porque creen que ya lo saben todo, en cambio, un líder humilde escucha, aprende, reconoce errores, acepta otras opiniones y permite que la organización crezca con ideas diversas. La humildad también mejora el ambiente laboral, retiene el talento y permite que la gente sienta que puede aportar sin ser rechazada.

Después entra un concepto súper fuerte: la escucha activa. El artículo dice que los líderes muchas veces hablan demasiado y escuchan muy poco, pero si de verdad quieren entender a su equipo, deben escuchar con empatía: prestar atención, hacer preguntas, comprender emociones y evitar interrumpir. La escucha activa crea confianza y ayuda al líder a tomar mejores decisiones porque conoce la realidad desde quienes la viven. (Domènech, 2023)

Más adelante, el artículo habla de la ecología emocional o como comúnmente lo denominamos inteligencia emocional, que es básicamente la capacidad de manejar las emociones de manera sana dentro de la organización. Explica que muchas empresas han invertido en tecnología, innovación y procesos, pero no han puesto suficiente atención al bienestar emocional de sus trabajadores. La ecología emocional busca ambientes donde se puedan gestionar conflictos con diálogo, respeto, empatía y comunicación asertiva; porque cuando las emociones están en equilibrio, el clima laboral mejora y también la productividad.

Nos insiste en que para que una empresa sea realmente sostenible, no basta con ser eficiente o innovadora; necesita poner a las personas en el centro. Habla de nuevos indicadores que las empresas deben empezar a medir, como satisfacción del empleado,

compromiso laboral, desarrollo profesional, calidad de vida y comunicación interna. Estos aspectos son los que realmente construyen una cultura fuerte y una organización preparada para el futuro.

El artículo deja claro que el mundo está cambiando y que necesitamos líderes más humanos, más conscientes, más humildes y más conectados con su propósito. Líderes que entiendan que las empresas están hechas de personas, y que cuidar de ellas es la mejor forma de lograr resultados reales y sostenibles. En pocas palabras, el liderazgo humanista no es una moda: es la respuesta a un mundo que pide a gritos más empatía, más escucha y más humanidad.

Conclusiones

1. Las empresas colombianas pueden aplicar el liderazgo humanista de manera sencilla y gradual, utilizando técnicas como la escucha activa y los espacios de diálogo.
2. Integrar los trabajadores en la definición del propósito y los valores de la empresa fortalece el sentido de pertenencia, aumenta su compromiso y se crea un mejor ambiente laboral.
3. El desarrollo emocional del personal en las organizaciones es muy importante. Talleres en temas sobre manejo de emociones, comunicación asertiva o resolución de conflictos ayudan a tener un clima organizacional más productivo y mejora las tensiones internas.
4. Los casos de empresas como Panasonic y Colombina demuestran que el liderazgo humanista es muy importante para lograr éxito y que trae beneficios reales. Su ejemplo muestra que poner el personal en el centro favorece la sostenibilidad, la innovación, y la fidelidad del equipo a la organización.
5. Utilizar indicadores humanistas, como satisfacción laboral y calidad del clima organizacional, permite que las empresas puedan evaluar de forma más completa su desempeño; lo que ayuda a tomar las mejores decisiones basadas en un liderazgo centrado en las personas.

Referencias

- Diario Occidente. (2024). *Colombina: liderazgo en alimentación sostenible y desarrollo regional*.
<https://occidente.co/lideres-que-construyen/colombina-liderazgo-en-alimentacion-sostenible-y-desarrollo-regional/>
- Domènech, J. (2023). *En la era digital la humanización es la clave: liderazgo humanista*. *Protección y Seguridad*.
<https://ccs.org.co/wp-content/uploads/2024/01/Liderazgo-humanista-PS-408.pdf>
- Nathanson, C. (2021). *El modelo de liderazgo humanista (HLM)*. *Revista de Negocios y Tecnología de la Universidad Excelsior*.
<https://www.excelsior.edu/es/article/the-humanistic-leadership-model-hlm/>
- Ramírez, B. (2024). *El padre del liderazgo humanista*. *PressReader*.
<https://www.pressreader.com/spain/expansion-nacional/20240729/282291030495249>